2021年1月15日

会　社　名　：株式会社ランディックス
代 表 者 名　：代表取締役社長　岡田　和也
（コード：2981　東証マザーズ）
問い合わせ先：経営企画室　室長 松村隆平
（TEL:03-3427-7711）

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時	2020年11月16日 10：00～10：50
開催方法	インターネットライブ中継及びオンデマンド配信による開催 ライブ視聴者から文字による質問を受付、説明会内で回答を実施
開催場所	ライブ及びオンデマンド配信ページ https://www1.daiwair.jp/qlviewer/e-cast/2011162981q6aax319n/index.html
説明会資料名	決算説明資料

【添付資料】
上記説明会において使用した資料

2021年３月期 第２四半期
決算説明資料

(2020/7/1 – 2020/9/30)

株式会社ランディックス

東証マザーズ :証券コード2981（♪福はいい♪）

LANDIX GRANDE SUMUZU

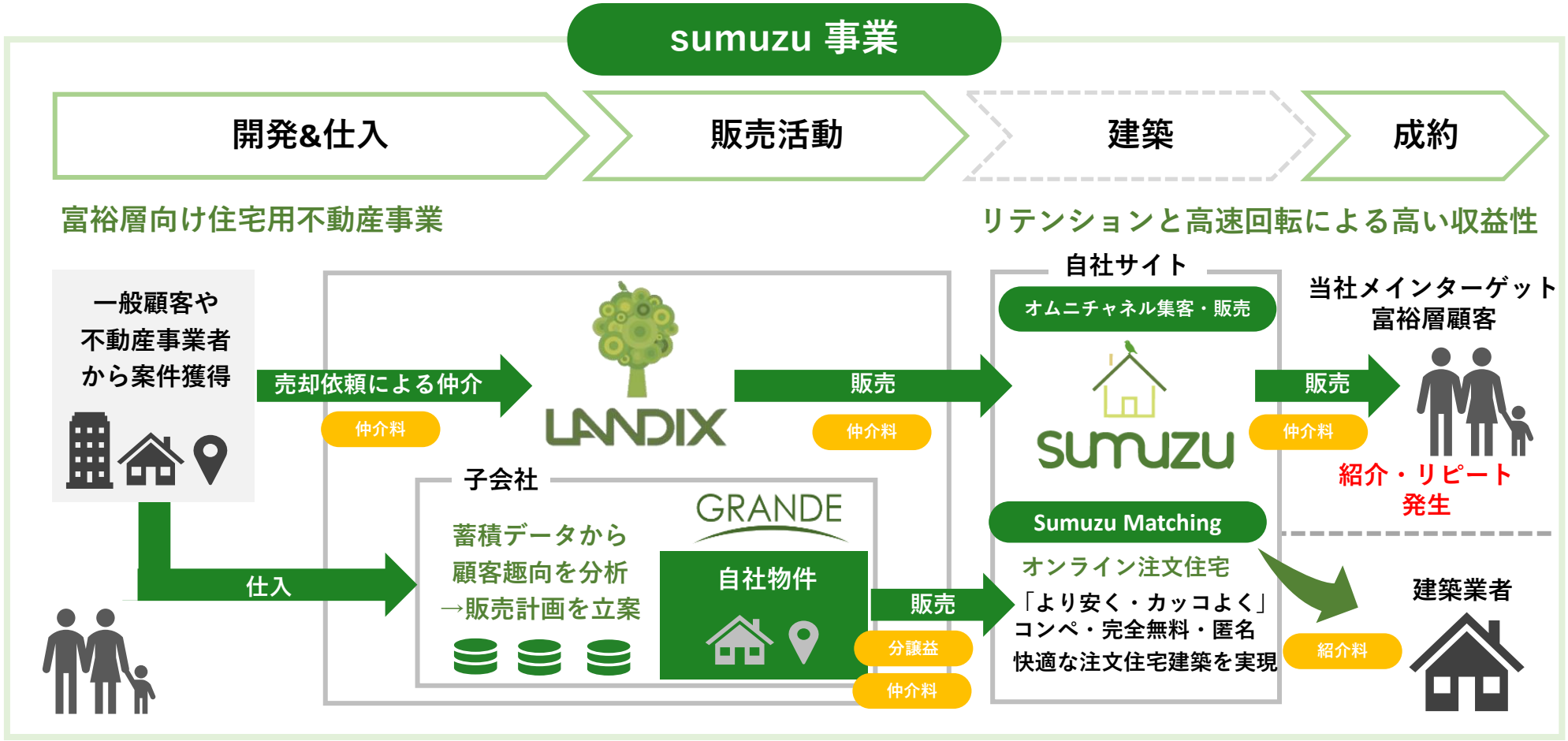
経営理念

不動産を通じてお客様に喜び・感動を

sumuzu事業ビジネスモデル概観

不動産売買の一連のプロセスに係るサービスを一気通貫で提供

全体フロー＝「sumuzu事業」セグメント



その他事業として、自社保有物件の賃貸運営を有しております。

目次

1. 第２四半期決算ハイライト …… 4
2. 新サービスのご紹介 …… 13
3. 今後の成長戦略 …… 16
4. オンラインサービスラインナップ …… 23
5. 社会貢献活動 …… 29

会社概要その他（p31以降）

１．第２四半期決算ハイライト

（2020/7/1 – 2020/9/30）

2021年３月期 第２四半期ハイライト

LANDIX GRANDE SUMUZU

全社業績

売上高（累計）	3,352 百万円	（前年同期比 67.7％	▲1,596百万円）
売上総利益（累計）	686 百万円	（前年同期比 53.1％	▲606百万円）
営業利益（累計）	160 百万円	（前年同期比 21.7％	▲580百万円）

事業KPI

累計顧客データ数	約 1.7 万件	（前年同期比 173.9％）
2020年９月単月ＵＵ数	約 3.6 万件	（前年比同期 254.6％）

コロナウイルスの影響を受けた第１四半期に対し、第２四半期業績は集客・契約状況について例年並み水準まで回復。営業利益水準でも黒字転換となった。今期2Q末までの実績値として、当社の強みであるネットおよびリテンションによる成約が全成約のうち89.4％に上り、前年度通期実績より4.5％増加した。

連結業績の概要/PL（2021年3月期 2Q）

第2四半期で黒字転換。第1四半期ではコロナ下の外出自粛による販売不振のため営業利益マイナスとなったが、販売状況は例年同水準程度に回復。

（単位：百万円）

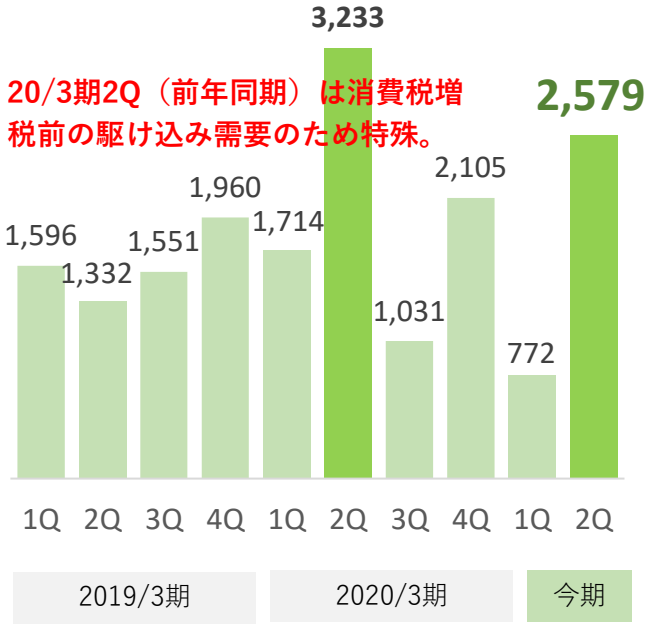
	21/3期2Q（7月～9月）	20/3期 2Q（7月～9月）	前年同期比		21/3期 業績予想	21/3 2Q 累計	進捗率
売上高	**2,580**	3,233	▲653	▲20.2%	**8,305**	**3,352**	**40.4%**
売上総利益	**509**	735	▲226	▲30.7%	**1,642**	**686**	**41.8%**
営業利益	**246**	463	▲217	▲46.9 %	**416**	**160**	**38.6%**
経常利益	**239**	461	▲222	▲48.2%	**372**	**143**	**38.7%**
当期純利益	**153**	344	▲191	▲55.5%	**253**	**95**	**37.8%**

3カ年の四半期業績推移

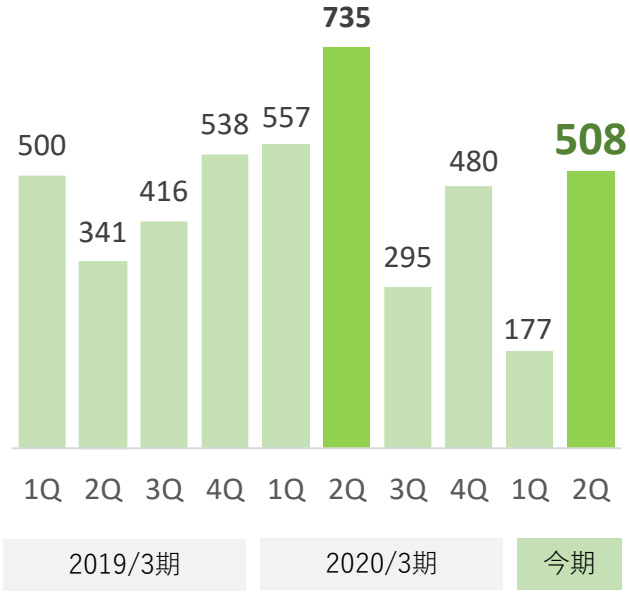
第1四半期と比べて売上高、総利益、営業利益ともに大きく増加。
当社事業エリアの住宅用不動産環境は堅調に推移した。

売上高

20/3期2Q（前年同期）は消費税増税前の駆け込み需要のため特殊。

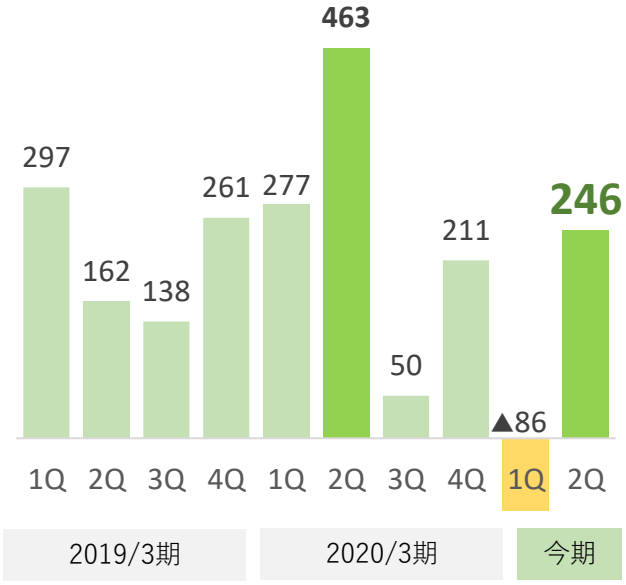


売上総利益



営業利益

（百万円）



注）2019.3期1Q以前の数値については、監査導入前の数値が含まれます。

第２四半期　sumuzu事業進捗サマリー

自社サイト「sumuzu」の成長

2020年9月末（2Q）時点で累計顧客データ数が約1.7万件（前期末＋31.8%）に到達し、コロナウイルス緊急事態宣言の前後で順調な成長を記録した。
sumuzu Matchingのサービス使用者数も順調に増加。

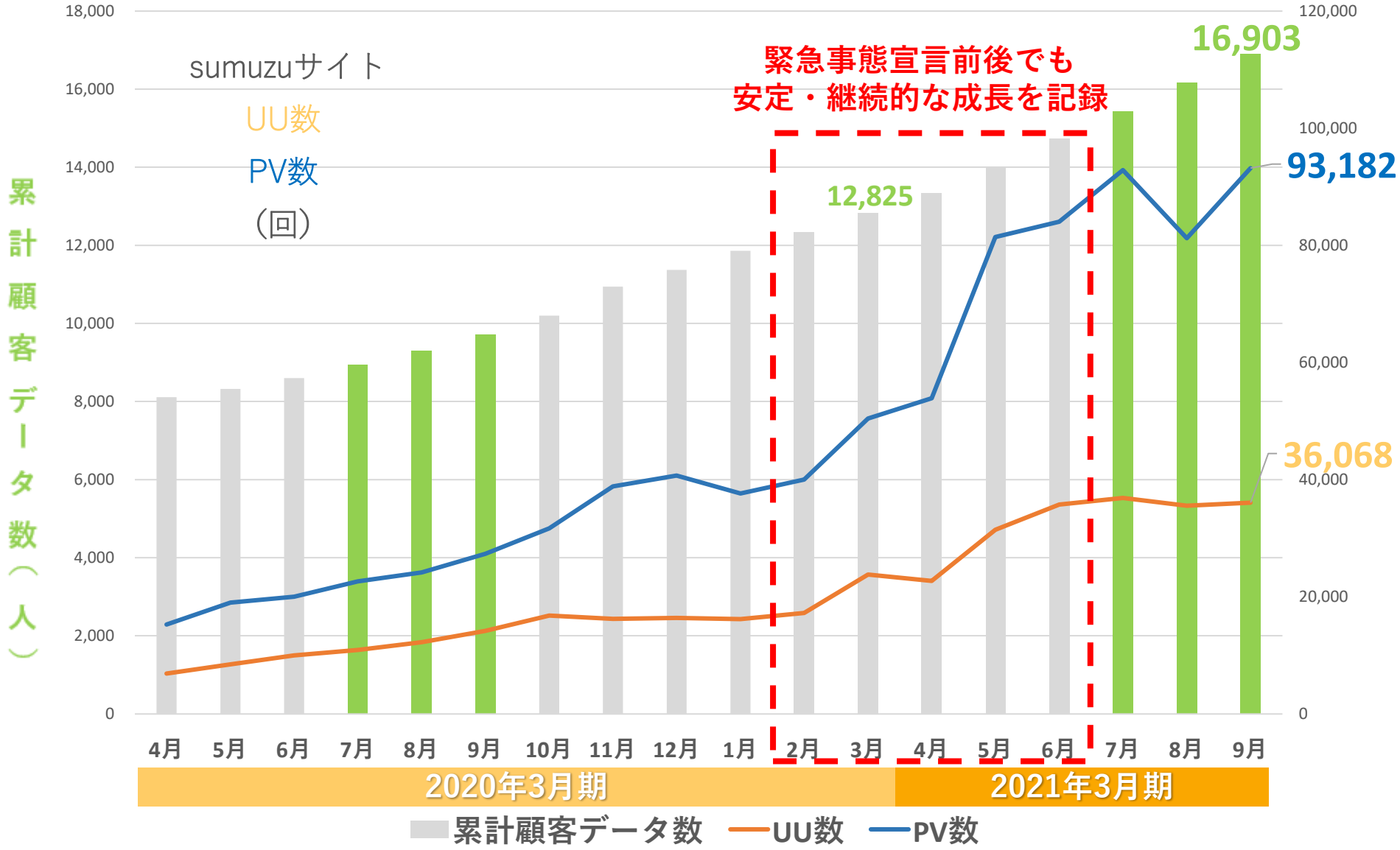
販売状況の回復

第２四半期売上高は25.8億円（第１四半期は7.7億円）となり、販売状況が回復。棚卸在庫は利益率確保のために物件を厳選しつつ前期末時点の在庫量を維持した。

自己資本比率＋利益率の強化

現金による仕入れを行うことで借入を圧縮し金利支払いと仕入にかかる諸費用を削減し利益率の向上を見込む。
同時に自己資本比率の改善（前期末54.9%→2Q末60.0%）による財務基盤強化。

不動産のオンライン購入の傾向が強まる中sumuzuが成長



上記におけるＰＶ数（ページビュー数）はユーザーがsumuzuサイトを閲覧した回数を指します。
また、ＵＵ数（ユニークユーザー数）とは、集計期間（各１ヶ月間）にsumuzuサイトを訪問したユーザー数を指します。

2021年3月期業績予想

（2020年8月12日時点開示の数値と同一）

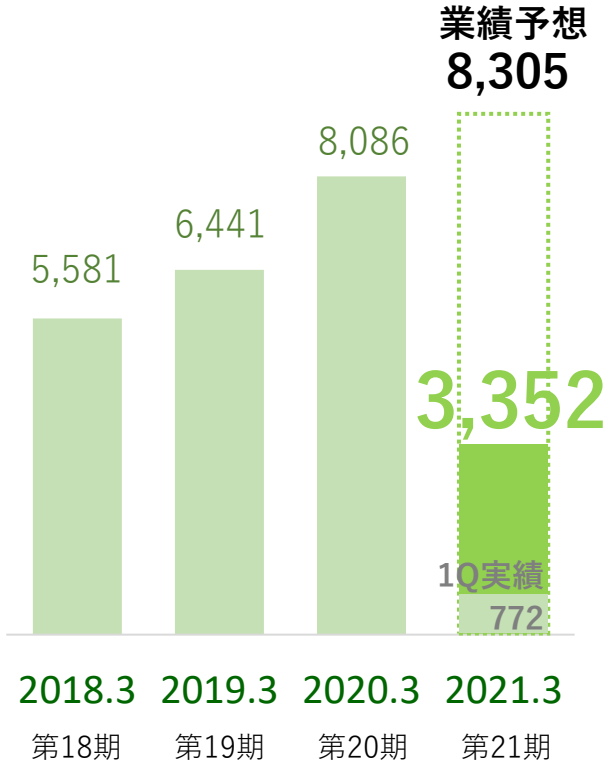
新型コロナウイルス感染症が事業活動及び経営成績に与える影響により、適正な業績予想は困難でありますが、現段階における今期業績予想は下記のとおりです。

- 売上高　8,305 百万円（前年比 102.7％）
- 営業利益　416 百万円（前年比 41.5％）
- 親会社株主に帰属する当期純利益　253 百万円（前年比 37.5％）

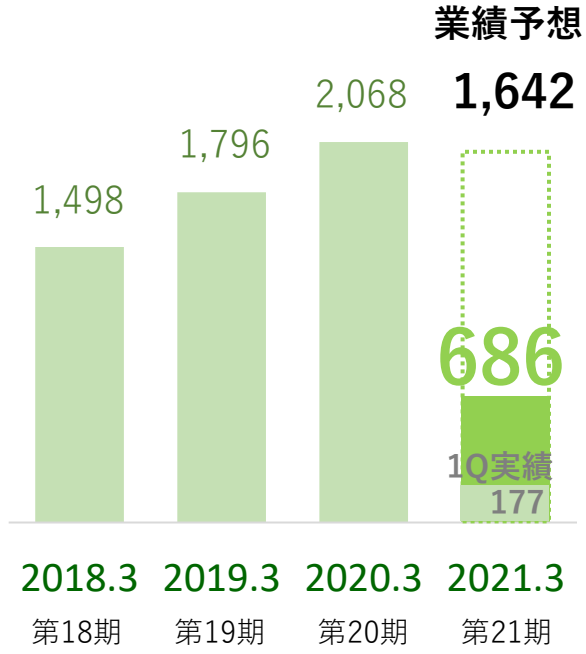
2021年３月期 第２四半期における進捗率

第2四半期で営業利益・経常利益ともに黒字転換となった。第1四半期のコロナ下外出自粛による販売不振から販売状況は例年同水準程度に回復。

売上高

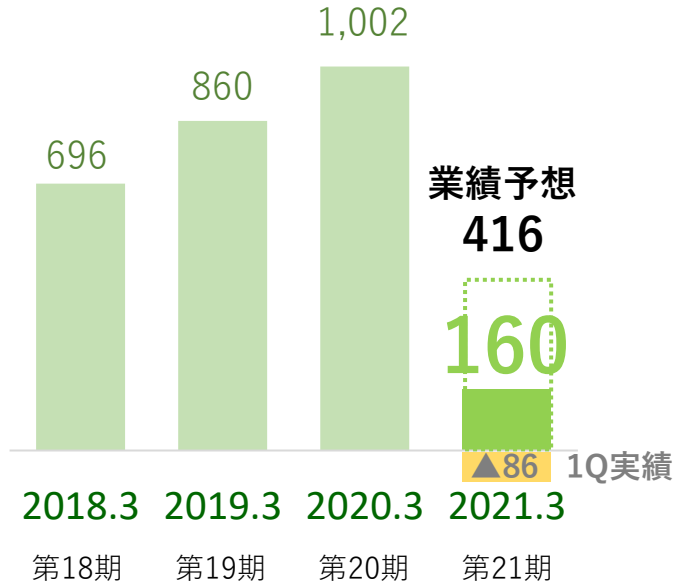


売上総利益



営業利益

（百万円）



注）2019.3期1Q以前の数値については、監査導入前の数値が含まれます。

連結財政状態（2021年3月期２Q末時点）

CF

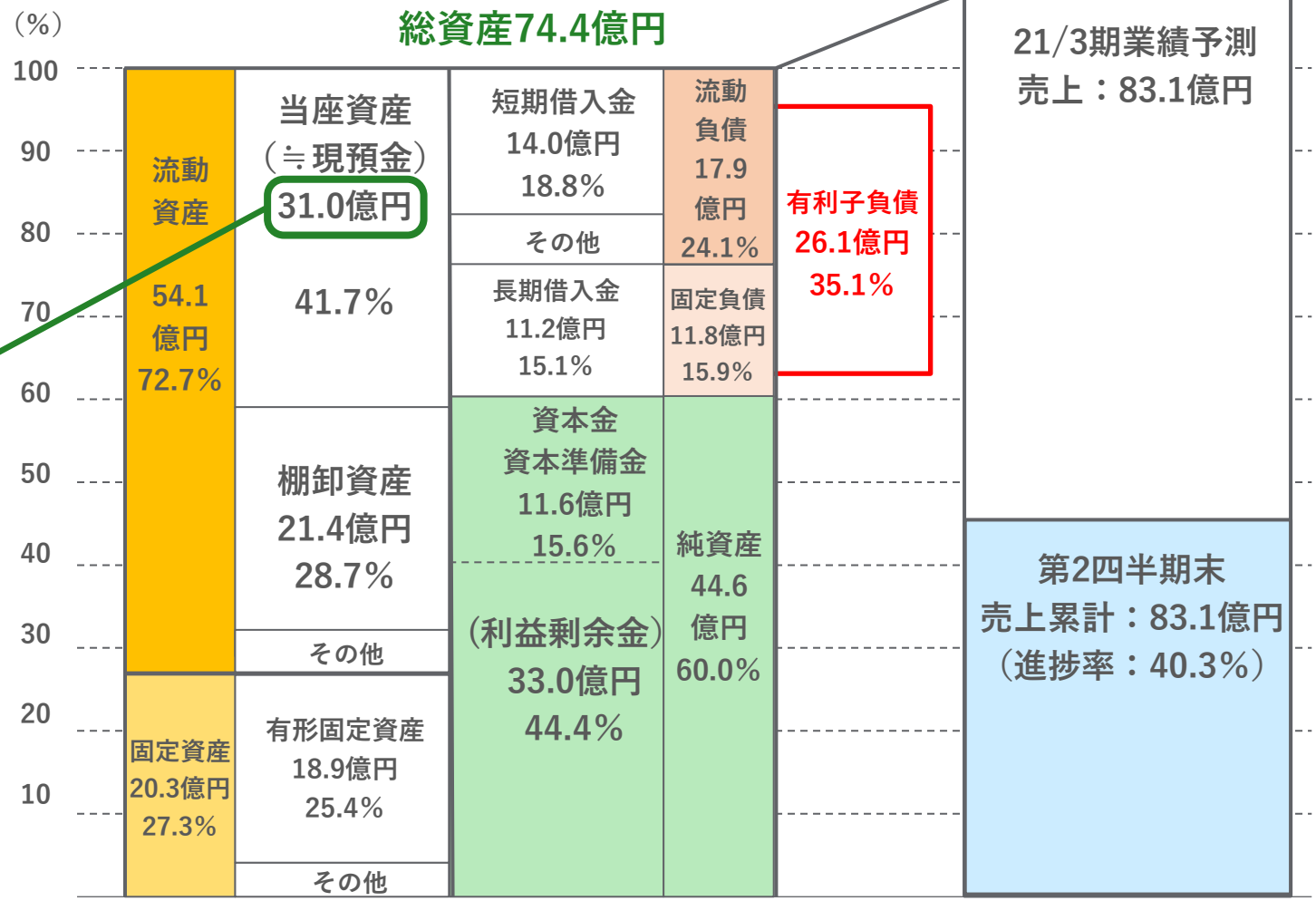
1.営業活動によるCF
▲０.０６億円

2.投資活動によるCF
＋０.１２億円

3.財務活動によるCF
▲５.９３億円

21/3期上半期
（2Q末）CF
▲５.８７億円

B/S



P/L

2. 新サービスのご紹介

ご成約頂いたお客様限定のサービス提供クラブ『（仮称）LANDIXプレミアクラブ』

成約顧客を対象に限定サービスを提供する「LANDIXプレミアクラブ」の発足が決定。
当社運営の注文住宅建築プラットフォームとのシナジー効果を期待。

当社の持続的競合優位性　＝　リテンション（既存顧客維持）

LANDIX プレミアクラブ

入会費無料
成約顧客が対象

紹介・リピート率の向上

ご成約顧客の多くが紹介・リピート
▶「長期にわたる信頼関係」を強力に推進*1

建築マッチングの強化

成約顧客への独自サービスを提供
▶オンライン注文住宅の提供に相乗効果
　当社事業の発展に飛躍的な効果

新サービス開発との強シナジー

顧客との関係強化
▶“既存顧客” 向け収益用不動産販売等
　新規顧客開拓コストを抑えた高効率営業

顧客満足度向上
リテンション強化
LTV*2の更なる向上

*1 紹介・リピート比率…2021/3期２Q末時点37.9%、2020/3期通期42.7%　*2 LTV…Life Time Value（顧客生涯価値）

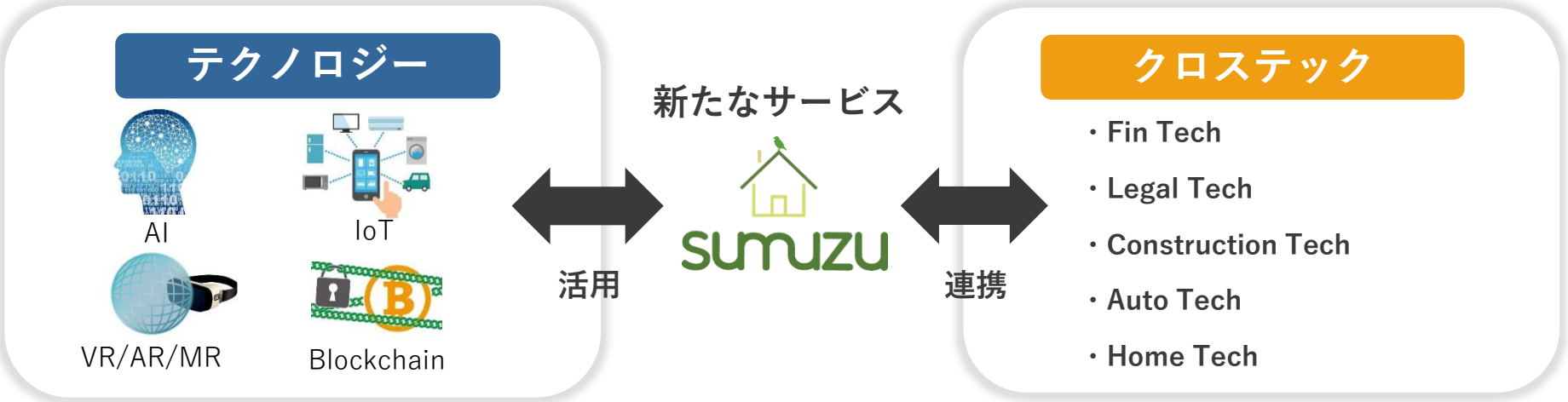
『LANDIXプレミアクラブ』と当社事業のシナジー

1．富裕層顧客層をベースにしたストックビジネスを強化



・シェアリングエコノミー
・マッチングサービス
・ＥＣ
・コミュニティ

2．富裕層顧客とのリテンションを基軸にした事業創出



３. 今後の成長戦略

非対面型の家づくり「sumuzu Matching」

非対面型サービス

ネットコンペでオーダーメイド住宅マッチング　sumuzu Matching

住宅の希望条件をチェックすると、sumuzu厳選の住宅専門家がネット上でコンペに参加。
無料・匿名で利用できるミスマッチの起きにくい業界初のサービスです。





プロジェクト開始に必要な時間は3分！
あとは待つだけのシンプルなサービス

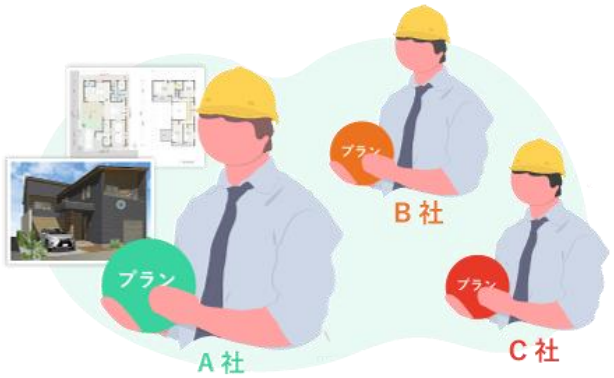


土地の販売状況確認、プロジェクト進捗、提案管理、
チャット機能などオールインワンプラットフォーム

ポータルサイト sumuzu 実績と目標数値

LANDIX GRANDE SUMUZU

sumuzu Matching

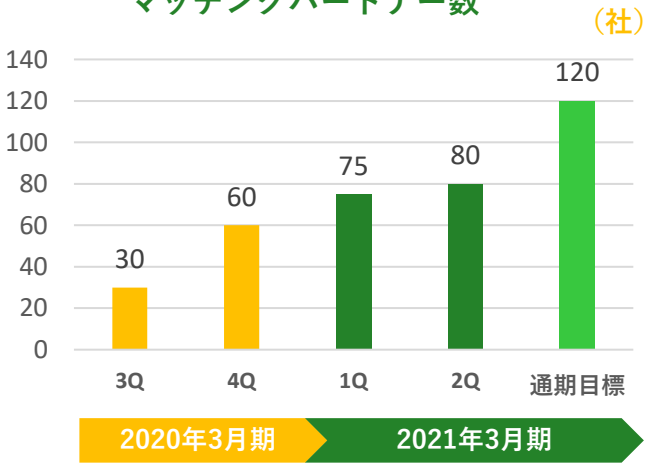




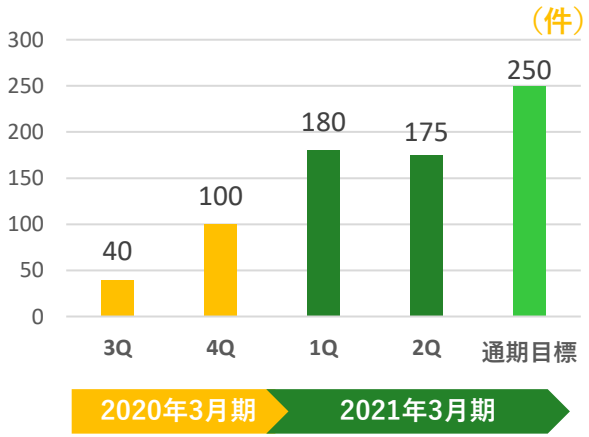


過去の年間建築紹介件数
を大きく上回る利用者数

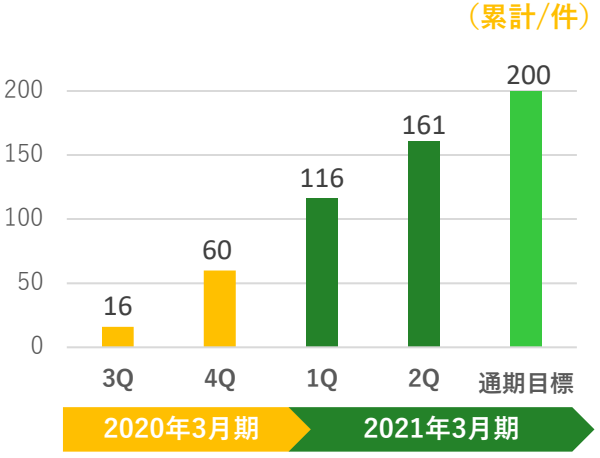
マッチングパートナー数



マッチングプロジェクト売地数

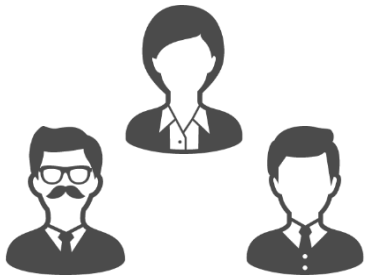


マッチングサービス利用者数



累計顧客データストック数推移

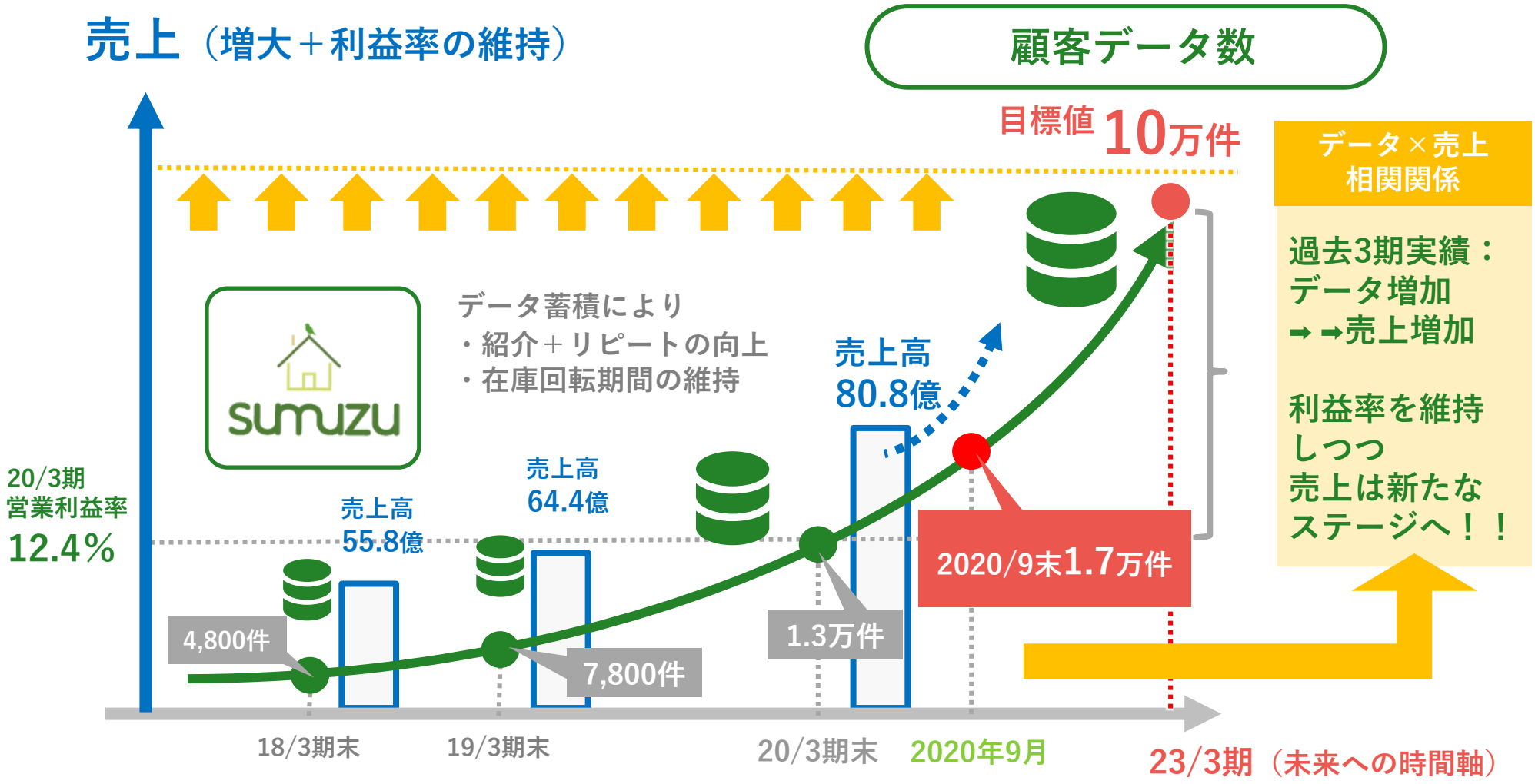
当社の富裕層顧客データ数は、前年同期時点＋73.9%増と順調に増加





不動産ビジネスのストック化戦略

「データ蓄積」と「リピート・紹介」のサイクル



*2018年3月期は未監査の数値となります。

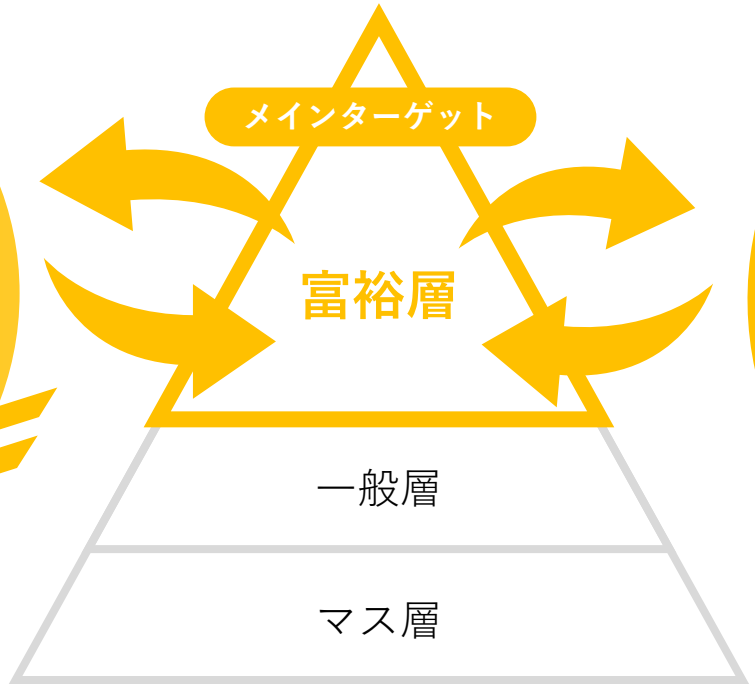
当社データの蓄積

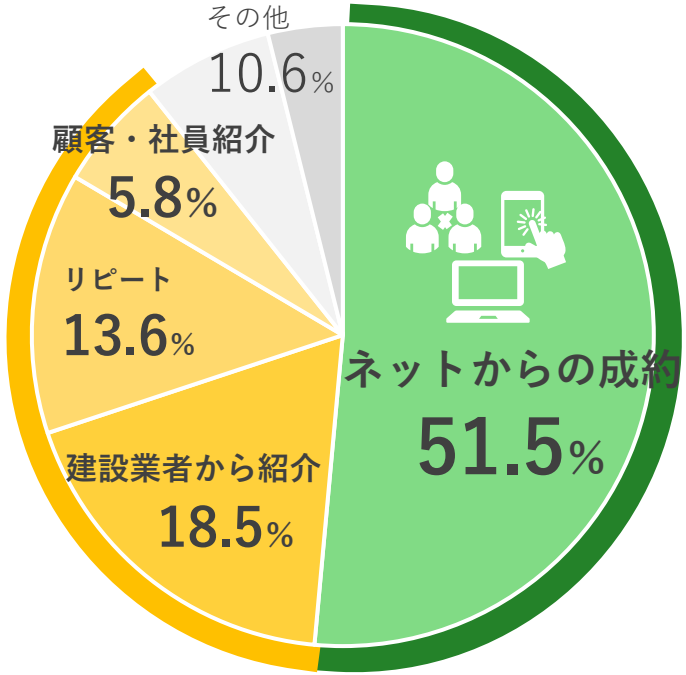
当社の集客力の背景：顧客データの蓄積をベースとした高い仕入力・販売力

インターネット＋リテンションマーケティングで成約の89.4%

メインの成約顧客層は富裕層顧客であり
不動産ビジネスの“ストック化”による効率的営業活動を展開
富裕層顧客からのリピート・紹介が強み







当社顧客の特徴

LANDIX GRANDE sumuzu

メインターゲットを絞り、効率的な営業活動を実現

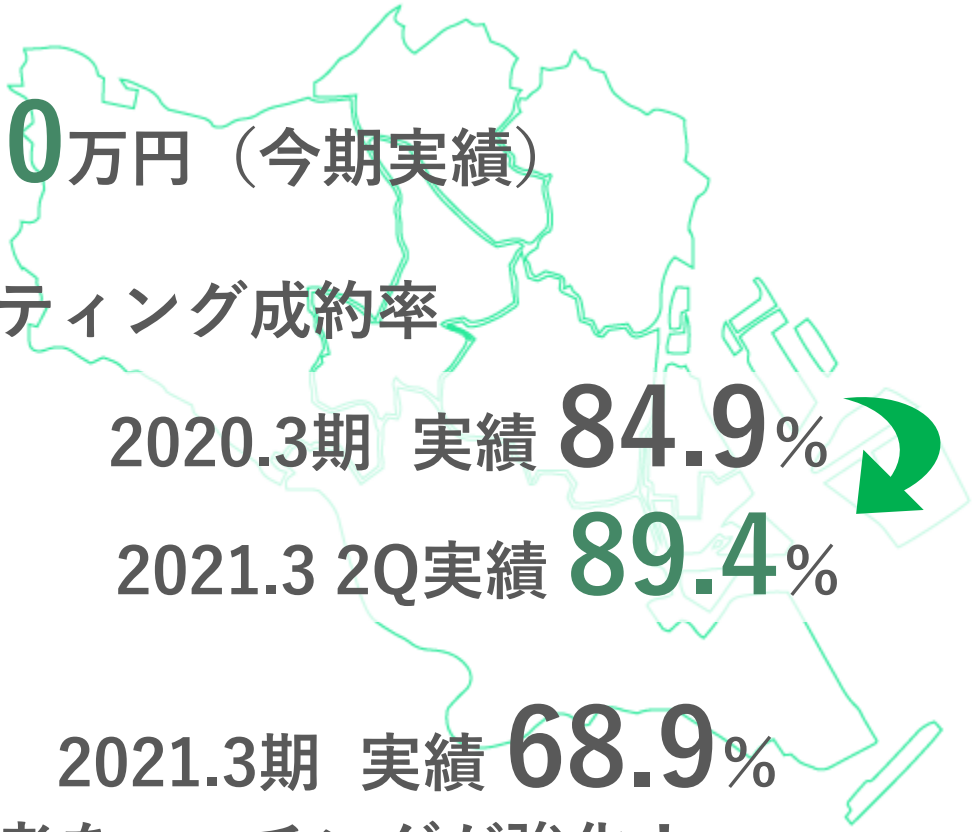
▷世帯年収**1,000**万円以上の富裕層顧客

▷土地平均成約価格　約 **9,500**万円（今期実績）

▷ネット＋リテンションマーケティング成約率

2020.3期　実績 **84.9**%

2021.3 2Q実績 **89.4**%



▷全取引のうち土地の成約比率　2021.3期　実績 **68.9**%

→オーダーメイド住宅建築業者をマッチングが強化！

4. オンラインサービスラインナップ

非対面の家づくり「sumuzu Matching」

デザイン性に優れた資産価値の高いオーダーメイド住宅をITを活用してローコストで実現します。



sumuzu Matchingでできる家づくりとは

- ネット上で
  希望に合った
  最適な土地探し
- 無料・匿名で
  ネット上
  建築コンペ開催
- 専門家による
  コストを抑えた
  上質な家づくり

独自のマッチングITメディア「sumuzu」

LANDIX GRANDE SUMUZU

2019年10月リリース	2019年11月リニューアル	2020年1月リリース	2020年2月リリース	2020年4月リリース
				
sumuzu Matching	**相場ウォッチャー**	**sumuzu ステージング**	**土地リクエスト**	**土地つくーる**
ネット上にて 無料・匿名で 建築コンペができる	気になる土地の 相場をデータで 見える化	お客様の不動産を モデルルームの ように演出する	ご希望条件に 沿った土地情報を ご提案	希望条件&予算に 合わせて土地を “創る”

sumuzu記事掲載情報

2020.4.14	**トレーダーズ・ウェブ**	2020.4.27	**新建ハウジングDIGITAL**
2020.4.14	**WorkMaster**	2020.5.14	**住宅産業新聞**
2020.4.17	**マイナビニュース**	2020.7.8	**ドゥーパ！８月号**
2020.4.21	**住宅新報**	９月末時点で **44** 件のメディアへ掲載	

※そのほか、時事通信ダイヤモンドオンライン、exiteニュース、現代ビジネス、AllAbout等多数

住宅産業新聞





ドゥーパ！８月号

「sumuzu Matching」の利用者メリット

【一般利用者のメリット】

①匿名性が保ったままコンペ実施可能！
　→大量の営業電話の心配なし
②ご自宅にいながらいつでも住宅プランの検討が可能。
③完全無料で利用可能。

【建築事業者のメリット】

①大幅な広告費の削減が期待できる→成約時の成果報酬型
② 購入意欲のある顧客との接触機会が増大する
　→効率的な営業活動が可能

sumuzu Matching

一般利用者

①気に入った土地でプロジェクト発信

④③の中から
3社を選択-コンペ実行-プラン提案



②新規プロジェクト開始連絡が
システムにより全建築事業者へ通知

③建築事業者が参加表明

建築事業者

【運営母体である当社のメリット】

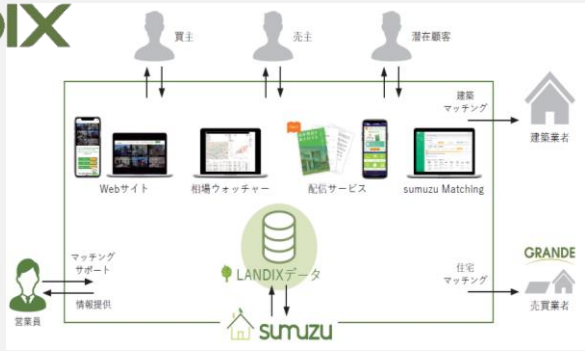
①sumuzuサイトの累計顧客数の増大
　→アプローチする顧客母数の獲得

②建築請負紹介料の獲得

③建築事業者との関係構築を強化
　→従来のリアルな場面での営業活動に寄与

【事業の展望】

透明性の高い情報提供による効率的な営業活動



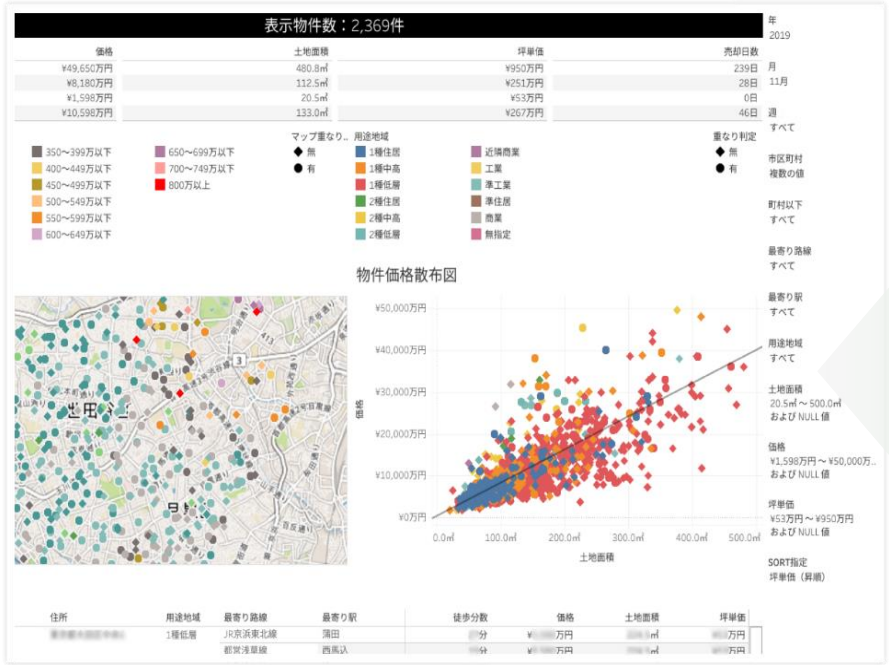
- **営業担当者とコンタクトせずにスピディーな意思決定**
- **労働集約型営業ではない体制の構築**
- **高い収益性の実現**

相場の見える化「sumuzu相場ウォッチャー」

LANDIX GRANDE SUMUZU

リアルな土地の相場データを分析・可視化を行い、お客様へ無料で提供

透明性の高いデータの提供によって土地を買いたい方・売りたい方を支援します

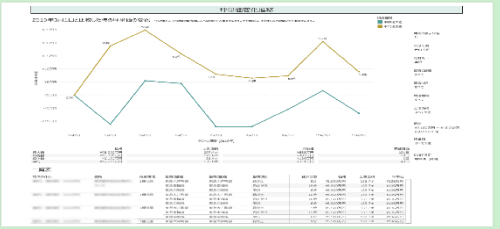


エリアを絞り、坪単価相場や販売中の物件の平均面積が確認できます。

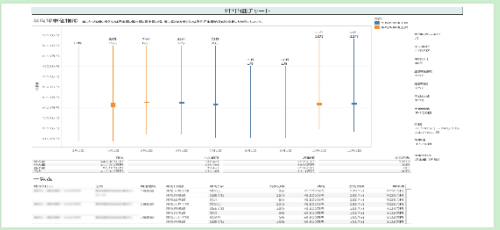
2019年11月13日
機能追加

さらに3つの新機能

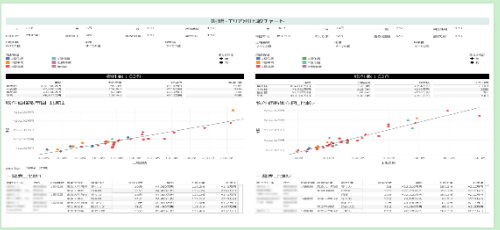
坪単価チャート



坪単価変化推移



期間・エリア別比較



新機能追加

- より詳細な相場データの確認が可能となります
- 広範囲でエリアや期間を設定でき、坪単価相場の妥当性向上

住宅の見える化「sumuzuバーチャルステージング」

住宅をCGやVR技術を活用してバーチャル空間を演出

より臨場感の高い住宅イメージの体験が可能になり、より早期＆高値売却を後押し。

ご自宅の画像に高品質CGにて家具を配置し、高値売却をサポート



BEFORE



AFTER

5. 社会貢献活動

社会貢献活動

認定NPO 法人キッズドア基金

2020コロナウイルス に負けるな！市民団体応援助成事業

当社グループでは、コロナウィルスの感染拡大に伴う日本経済全体の経済状況の不振に鑑み、2020年5月より「認定NPO法人キッズドア基金」へ支援募金を実施しております。コロナ下における困難な状況にある子供・学生を対象とした活動であり、仲介契約売上の一部から支援を行うものです。

▶当社支援先リンク：認定ＮＰＯ法人キッズドア基金





会社概要

会　社　名	株式会社ランディックス
設　　立	2001年2月
本社所在地	東京都世田谷区新町三丁目22番2号
資　本　金	474,722千円
代表取締役	岡田　和也
従業員（連結）	61名 （当社役員・子会社役員を含む　2020年9月末時点）
事業拠点	桜新町 自由が丘 恵比寿 （目黒：2021年完成予定）
連結子会社	株式会社グランデ

当社を支えるチームメンバー

■ 取締役には、大手不動産会社出身者の不動産のプロが名を連ねる
■ 管理担当役員には会計のプロ、社外取締役にはIT業界をはじめあらゆる分野に人脈のある人材を配置



代表取締役社長　岡田　和也

広告代理店での経験を経て、城南リハウス株式会社に入社。不動産仲介営業スタッフとして活躍後、2002年２月に当社設立。



専務取締役　古室　健

住友不動産販売株式会社にて25年の不動産仲介経験を経て、2013年4月に当社入社。2020年6月に専務取締役就任。



取締役　小野　雅之

当社での約16年の経験を活かし、2016年5月子会社の株式会社グランデに移籍、同社代表取締役に就任。2020年6月に当社取締役就任。



取締役管理部長　中野　剛

株式会社デジタルハーツや株式会社フレアスでのCFO・取締役管理本部長の経験を経て、2020年6月に当社取締役管理部長に就任。



社外取締役　西村　弘之

アクセンチュア株式会社において幅広い業界でのコンサルティングを経験し、新規事業や業務改善における深い見識を持つ。



常勤監査役　高木　和則

みずほ証券株式会社における豊富な経験に基づき、経営ならびに事業推進の監督及びチェック機能を果たしている。



社外監査役　岡本　弘

みずほ証券株式会社におけるアナリストとしての経験を、当社の監査役監査や株主との対話（エンゲージメント）に生かしている。



社外監査役　堀内　雅生

株式会社USEN-NEXT HOLDINGS常勤監査役や株式会社サイバーエージェント社外取締役等を兼任。豊富な経験と人脈を有する。

今後の見通しに関する注意事項

当社が開示する情報の中には、将来の見通しに関する事項が含まれる場合があります。

この事項については、開示時点において当社が入手している情報による経営陣の判断に基づくほか、将来の予測を行うために一定の前提を用いており、様々なリスクや不確定性・不確実性を含んでおります。

したがって、現実の業績の数値、結果等は、今後の事業運営や経済情勢の変化等の様々な要因により、開示 情報に含まれる将来の見通しとは異なる可能性があります。

【決算・IRお問い合わせ】

管轄部署：経営企画室
室長 松村隆平
東京都世田谷区新町3-22-2

当社IR情報
https://landix.jp/ir